

CleanUp Games 2026: risultati ambientali e impatto sociale dell'iniziativa

Ivan Marcialis, Stefania Peddio, Claudia Dessì, Michela Bazzoni, Erica Costa e Carola Ludovica Farci

Abstract

I CleanUp Games sono un'iniziativa di eco-attivismo ambientale promossa da Rebelterra che unisce pulizia del territorio, partecipazione civica e sensibilizzazione ambientale attraverso un format competitivo aperto a cittadini, scuole, associazioni, università e imprese.

La terza edizione¹ dell'iniziativa si è svolta il 9 maggio 2026 nella spiaggia di Giorgino, a Cagliari, area costiera caratterizzata da un elevato accumulo di rifiuti trasportati dalle correnti marine o deliberatamente abbandonati.

L'edizione 2026 ha coinvolto complessivamente 764 persone, includendo soggetti differenti per età, provenienza e modalità di partecipazione. Nel corso delle attività sono stati raccolti circa 9.300 kg di rifiuti.

Analizzare questo processo è l'obiettivo di questo report, che nei prossimi capitoli presenta il caso studio dei CleanUp Games e approfondisce il modello organizzativo, i risultati ambientali ottenuti, l'impatto educativo e comunicativo dell'iniziativa e le principali criticità affrontate durante la realizzazione dell'evento.

1. Contesto

1.1 Marine litter e aree costiere

La dispersione di rifiuti nell'ambiente marino rappresenta una delle principali pressioni antropiche sugli ecosistemi costieri a livello globale. Secondo il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP), ogni anno tra 19 e 23 milioni di tonnellate di rifiuti plastici raggiungono ecosistemi acquatici, inquinando mari, fiumi e laghi; mentre la massa complessiva di plastica presente negli oceani è stimata essere tra 75 e 199 milioni di tonnellate².

Contrariamente a una percezione diffusa che tende ad associare l'inquinamento marino soprattutto agli oceani o alle aree costiere

caratterizzate da forte crescita demografica e rapido sviluppo urbano e industriale, anche il Mar Mediterraneo è fortemente interessato dal fenomeno del *marine litter*. Secondo UNEP/MAP, nel Mediterraneo vengono disperse ogni giorno circa 730 tonnellate di rifiuti plastici³. L'elevata densità abitativa lungo le coste, l'intensa attività turistica, il traffico marittimo, le attività portuali e la presenza sia della pesca professionale sia di quella amatoriale contribuiscono all'accumulo di rifiuti nelle aree costiere. In questo contesto, le spiagge possono diventare zone di deposito di materiali provenienti sia dal mare sia da abbandoni diretti lungo la costa.

La spiaggia di Giorgino, nella costa sud della Sardegna, scelta per le tre edizioni dei CleanUp Games, presenta caratteristiche compatibili con queste dinamiche.

1.2 Cleanup ambientali e partecipazione civica

I cleanup ambientali sono interventi di raccolta volontaria dei rifiuti dispersi nell'ambiente, generalmente organizzati in aree urbane, costiere o naturali interessate da fenomeni di accumulo naturale dei rifiuti o da abbandoni diretti. Negli ultimi anni queste iniziative si sono diffuse in numerosi contesti territoriali, assumendo, oltre alla funzione pratica di rimozione dei rifiuti, anche un ruolo di sensibilizzazione e coinvolgimento diretto della cittadinanza.

La partecipazione attiva a interventi di pulizia ambientale consente infatti di trasformare un fenomeno spesso percepito come astratto o distante in un'esperienza concreta e osservabile. La presenza fisica dei rifiuti, la loro quantità e la loro eterogeneità rendono immediatamente percepibile l'impatto delle attività umane sul territorio.

In ambito educativo e sociale, i cleanup vengono inoltre utilizzati come strumenti di cittadinanza attiva e apprendimento esperienziale, in particolare nei percorsi legati all'educazione ambientale e all'educazione civica. La partecipazione collettiva ad

¹ CleanUp Games 2026, <https://www.rebelterra.it/cleanupgames2026>

² UNEP, Plastic Pollution and Marine Litter, <https://www.unep.org/topics/ocean-seas-and-coasts/ecosystem-degradation-pollution/plastic-pollution-and-marine-litter>

³ UNEP, Pollution in the Mediterranean, <https://www.unep.org/unepmap/resources/factsheets/pollution>

attività di questo tipo contribuisce alla costruzione di una maggiore consapevolezza rispetto alla gestione dei rifiuti, all'utilizzo degli spazi pubblici e alla relazione tra comunità e territorio

1.3 Evoluzione dei CleanUp Games

I CleanUp Games nascono a Cagliari nel 2024 come iniziativa di eco-attivismo dedicata alla pulizia delle spiagge e delle aree costiere. Nel corso delle prime tre edizioni l'iniziativa ha registrato un progressivo ampliamento della partecipazione e della rete territoriale coinvolta, con una partecipazione crescente di cittadini, scuole, associazioni e gruppi organizzati: i principali dati sono riportati nella Tabella 1.

	Ott. 2024	Mag. 2025	Mag. 2026
Partecipanti registrati	337	269	922
Partecipanti all'evento ⁴	218	243	764
Volontari e staff	11	18	42
Scuole e classi coinvolte ⁵	5 / 13	3 / 7	7 / 18
Associazioni e aziende in gara	9	8	21
Sponsor	17	24	22
Visualizzazioni sui social media	127,000	168,000	729,000
Rifiuti raccolti ⁶	1,643kg	3,800kg	9,300kg

Tabella 1 – Evoluzione delle prime tre edizioni.

2. Il format dell'iniziativa

2.1 Struttura generale dell'iniziativa

I CleanUp Games si svolgono attraverso un format competitivo di raccolta dei rifiuti dispersi nell'ambiente. La partecipazione all'iniziativa è gratuita e si basa sulla suddivisione dei partecipanti in categorie e squadre.

Dall'edizione 2026 le categorie in gara sono diventate sei:

⁴ Sia nel 2024 sia nel 2026, le previsioni di condizioni meteorologiche avverse diffuse nei giorni precedenti l'evento hanno contribuito alla rinuncia di parte degli iscritti. Di conseguenza, il numero effettivo di partecipanti è risultato inferiore rispetto al numero di persone registrate.

⁵ I confronti relativi alla partecipazione delle scuole tra il 2024 e il 2025 devono essere interpretati con cautela. La prima e la seconda edizione si sono svolte all'interno dello stesso anno scolastico, riducendo le possibilità di coinvolgere nuovamente molte delle scuole e degli insegnanti che avevano già partecipato all'edizione inaugurale.

⁶ L'edizione 2024 è stata interrotta dopo meno di un'ora a causa di condizioni meteorologiche avverse. Di conseguenza, le attività di cleanup si sono svolte per un tempo significativamente inferiore alle due ore normalmente previste dal format dei CleanUp Games.

1. associazioni, aziende e gruppi organizzati (min. 5 partecipanti);
2. classi delle scuole superiori;
3. famiglie e piccoli gruppi (massimo 4 adulti per squadra);
4. gruppi scout;
5. persone che partecipano singolarmente;
6. studenti e studentesse universitarie⁷.

Nel corso dell'evento i partecipanti raccolgono i rifiuti presenti nell'area di intervento e li conferiscono nei punti di raccolta predisposti dall'organizzazione. A ciascuna categoria viene assegnata una specifica porzione del campo di gara. Al termine delle attività vengono attribuiti punteggi sulla base dei materiali raccolti e vengono individuati i vincitori e le vincitrici delle diverse categorie.

L'utilizzo di dinamiche competitive e collaborative costituisce uno degli elementi centrali del format. La competizione viene utilizzata come strumento per incentivare la partecipazione, aumentare il coinvolgimento diretto dei partecipanti e amplificare la visibilità dell'iniziativa anche attraverso la produzione e la diffusione di contenuti fotografici e audiovisivi.

A ogni partecipante vengono forniti gratuitamente, oltre a guanti e buste, anche la maglietta dell'evento, che contribuisce alla riconoscibilità dell'iniziativa e alla costruzione di un'identità collettiva tra i partecipanti.

I rifiuti raccolti nei diversi punti di conferimento vengono successivamente trasportati e radunati nell'area in cui si svolge la cerimonia finale di premiazione. Questa scelta, logisticamente complessa a causa delle quantità raccolte, oltre a consentire di facilitare il successivo recupero dei materiali da parte dei servizi competenti e osservare in maniera unitaria il totale dei rifiuti rimossi per un'ulteriore fase di analisi dei risultati, permette, soprattutto, di mostrare ai partecipanti il risultato complessivo dell'attività di raccolta, nonché di documentare visivamente i risultati globali dell'iniziativa attraverso fotografie e contenuti audiovisivi in modo da creare materiale di forte impatto per la comunicazione dell'iniziativa attraverso stampa e canali digitali.

Nei mesi precedenti l'evento il format prevede inoltre due attività principali: la promozione dell'iniziativa attraverso stampa e canali digitali, con fasi di pre-iscrizione e annunci relativi ai premi; e

⁷ Partecipano individualmente ma i punteggi vengono successivamente sommati in base alla facoltà di appartenenza per determinare il polo vincitore tra quello Umanistico e quello Scientifico

incontri didattici svolti nelle scuole, anche non partecipanti, dedicati ai temi dell'inquinamento marino, della dispersione della plastica nell'ambiente, degli impatti sugli ecosistemi e della disinformazione ambientale.

2.2 Metodologia di raccolta, attribuzione dei punteggi e pesatura

Nel corso della prima edizione dei CleanUp Games, svolta nel 2024, la quantità di rifiuti raccolti veniva determinata attraverso la pesatura diretta di ogni singola busta e di ogni singolo rifiuto conferito dai partecipanti. L'esperienza operativa maturata durante l'evento ha tuttavia evidenziato i limiti di questo metodo: le condizioni della spiaggia, la presenza di numerosi rifiuti ingombranti e l'elevato numero di partecipanti rallentavano significativamente le operazioni di conferimento e registrazione, aumentando i tempi di attesa e spostando l'attenzione organizzativa dalla raccolta dei rifiuti alla gestione della competizione.

A partire dalle edizioni successive è stato quindi introdotto un sistema semplificato di attribuzione dei punteggi, basato su valori predefiniti assegnati alle diverse tipologie di rifiuto raccolto. L'obiettivo principale del nuovo sistema è velocizzare le operazioni di conferimento mantenendo al tempo stesso un criterio uniforme di valutazione tra le diverse categorie partecipanti.

Nell'edizione 2026 il sistema di punteggio utilizzato è quello riportato in Tabella 2.

Tipologia di rifiuto	Punti
Vetro e latta (busta media da 40 litri)	1
Plastica (busta grande da 110 litri)	1
Indifferenziato (busta grande da 110 litri)	1
Nasse e trappole per polpi	0,5
Mozziconi (busta piccola da 2 litri)	4
Pneumatici	2
Rifiuti ingombranti	1

Tabella 2– Punteggi attribuiti alle diverse tipologie di rifiuto

Per pneumatici e rifiuti ingombranti il personale addetto ai gazebo può attribuire punteggi doppi o tripli in base alle dimensioni effettive del materiale conferito. Per garantire maggiore uniformità nella valutazione, i partecipanti vengono inoltre invitati a conferire buste completamente riempite; a quelle non piene viene assegnato un punteggio ridotto.

I rifiuti raccolti vengono trasportati dai partecipanti ai gazebo di riferimento distribuiti nel campo di gara. Il personale dell'organizzazione si occupa della registrazione dei conferimenti, dell'assegnazione dei punteggi e del trasferimento dei materiali dai gazebo ai punti di accumulo temporaneo. Durante lo svolgimento della gara, i rifiuti vengono caricati sui mezzi di trasporto e trasferiti nell'area di accumulo finale situata in prossimità della zona premiazione.

Il principale limite del sistema adottato riguarda la determinazione quantitativa della massa complessiva dei rifiuti raccolti. Non essendo prevista la pesatura diretta di ogni singolo conferimento, la stima finale viene elaborata attraverso una metodologia statistica basata su più livelli di verifica.

Una prima stima viene effettuata utilizzando il numero totale di buste e rifiuti conferiti e la massa media delle diverse tipologie rilevata durante la prima edizione dei CleanUp Games, durante la quale era stata effettuata la pesatura completa dei materiali raccolti. I valori medi utilizzati sono riportati in Tabella 3.

Tipologia di rifiuto	Massa
Vetro e latta (busta media da 40 litri)	6,5 kg
Plastica (busta grande da 110 litri)	2,5 kg
Indifferenziato (busta grande da 110 litri)	5 kg
Mozziconi (busta piccola da 2 litri)	0,2 kg
Pneumatico (scooter/moto)	4 kg
Pneumatico (auto)	9 kg
Pneumatico (SUV/furgone)	15 kg
Pneumatico (mezzi pesanti)	50 kg

Tabella 3 – Massa media delle diverse tipologie di rifiuto

Nel caso degli pneumatici, quindi, la massa stimata varia in base alle dimensioni del rifiuto conferito, mentre per gli altri materiali ingombranti viene applicata una stima prudenziale basata sul volume e sulla tipologia del materiale.

Una seconda verifica viene effettuata osservando il volume complessivo del cumulo finale dei rifiuti suddiviso per tipologia di materiale. Infine, il servizio comunale competente per l'igiene urbana fornisce una propria stima quantitativa dei materiali raccolti, utilizzata anche ai fini delle procedure di smaltimento.

La quantità finale riportata viene determinata confrontando le tre stime ottenute e utilizzando prudenzialmente il valore più basso, al quale viene applicata un'ulteriore riduzione del 20%, al fine di non conteggiare la sabbia e il materiale organico inevitabilmente attaccato ai rifiuti.

Pur non garantendo la stessa precisione della pesatura diretta, il sistema adottato consente di gestire cleanup di grandi dimensioni caratterizzati dalla presenza di elevati quantitativi di rifiuti e numerosi materiali ingombranti. La pesatura individuale dei conferimenti risulta infatti sostenibile soprattutto in cleanup di piccole dimensioni, svolti in aree relativamente pulite e caratterizzati da flussi limitati di rifiuti verso i punti di raccolta.

In contesti come quello dei CleanUp Games, dove vengono raccolte diverse tonnellate di materiali in tempi relativamente brevi, la pesatura sistematica di ogni singola busta o rifiuto richiederebbe un impiego di tempo e personale sproporzionato rispetto alle attività di raccolta. L'organizzazione fortemente orientata alla pesatura rischierebbe quindi di destinare una quota rilevante delle risorse umane alla registrazione dei conferimenti piuttosto che alla rimozione dei rifiuti dall'ambiente.

Anche l'eventuale pesatura completa dei materiali al termine dell'evento risulterebbe poco funzionale in presenza di grandi quantità di rifiuti eterogenei e ingombranti. In questi contesti, l'accuratezza teorica della misurazione rischia di tradursi in un rallentamento operativo significativo, con un impiego di tempo e risorse non proporzionato rispetto agli obiettivi dell'intervento.

2.3 Area di intervento e organizzazione logistica

Come accennato nei capitoli precedenti, la spiaggia di Giorgino, nella costa sud della Sardegna, scelta per tutte e tre le edizioni dei CleanUp Games, presenta caratteristiche compatibili con le dinamiche di accumulo dei rifiuti tipiche del Mar Mediterraneo. La costruzione del Porto Canale di Cagliari ha progressivamente separato l'area dal resto della città, riducendone l'accessibilità e la frequentazione turistica e balneare. Attualmente la spiaggia è utilizzata prevalentemente da pescatori amatoriali e risulta meno interessata dalle attività ordinarie di manutenzione tipiche delle aree costiere più frequentate. In questo contesto, l'accumulo dei rifiuti e gli effetti dell'inquinamento risultano particolarmente evidenti lungo l'arenile e nelle aree retrostanti.

L'area presenta inoltre significative criticità logistiche. La spiaggia non è servita dal trasporto pubblico urbano e può essere raggiunta esclusivamente tramite linee di trasporto extraurbano prive di fermate in prossimità del campo di gara. Anche la disponibilità di parcheggi risulta pressoché nulla. L'organizzazione dell'evento ha quindi richiesto la predisposizione di un sistema di trasporto dedicato. Grazie alla collaborazione con CTM S.p.A., azienda municipalizzata del trasporto pubblico dell'area metropolitana di Cagliari, è stato possibile garantire il trasferimento verso il campo di gara di studenti e docenti delle scuole superiori, studenti universitari e partecipanti singoli. Questa soluzione ha consentito non solo di ridurre la pressione sui parcheggi disponibili, ma anche di rendere le modalità di accesso all'evento maggiormente coerenti con le finalità ambientali dell'iniziativa, anche attraverso l'utilizzo di autobus elettrici.

La gestione della mobilità e dei parcheggi ha richiesto inoltre il coinvolgimento di diversi enti. L'Autorità di Sistema Portuale del Mare di Sardegna ha autorizzato l'utilizzo temporaneo di un'area interna a un cantiere e l'occupazione di una corsia della strada di accesso al terminal crociere per finalità di parcheggio. La Polizia Locale del Comune di Cagliari ha fornito supporto operativo per la gestione della viabilità, dei parcheggi e degli attraversamenti della Strada Statale 195, che costeggia la spiaggia e non prevede attraversamenti pedonali dedicati in prossimità dell'area di gara. Per l'organizzazione delle aree operative è inoltre necessario il coinvolgimento di ANAS, al fine di ottenere le autorizzazioni necessarie per l'utilizzo delle piazzole prospicienti i gazebo. Queste aree sono utili per il posizionamento dei bagni chimici e come punti di deposito temporaneo dei rifiuti raccolti.

Il campo di gara ha interessato circa 5 km di costa ed è stato suddiviso in cinque principali aree di raccolta (vedi Immagine 1): una dedicata alle famiglie e ai piccoli gruppi (icona gialla), collocata in prossimità della zona premiazione e delle aree con maggiore disponibilità di parcheggi; una riservata alle scuole superiori (icona viola); una destinata a studenti e studentesse dell'Università di Cagliari e ai partecipanti singoli (icona arancione); una per i gruppi scout (icona verde) e una dedicata ad associazioni, aziende e gruppi organizzati (icona nera).

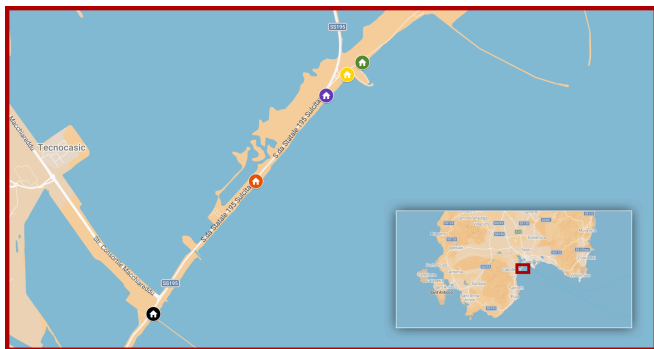


Immagine 1 – Mappa del campo di gara⁸

L'area di accumulo finale dei rifiuti raccolti è stata individuata in collaborazione con l'Assessorato all'Ecologia Urbana, Ambiente e Verde Pubblico del Comune di Cagliari e con i servizi competenti per la gestione dei rifiuti urbani. Gli enti coinvolti hanno inoltre fornito indicazioni operative relative alle modalità di deposito temporaneo, separazione e successivo recupero dei materiali raccolti, e fornito parte delle buste utilizzate durante l'evento.

Per gli aspetti legati alla sicurezza, ciascuna area di raccolta era dotata di un kit di primo intervento per piccole lesioni contenente materiale sanitario di base. Nell'area iniziale del campo di gara erano inoltre presenti un'ambulanza e personale medico dedicato all'assistenza sanitaria durante lo svolgimento dell'evento. Come già descritto, la Polizia Locale ha inoltre garantito il supporto necessario per la gestione in sicurezza degli attraversamenti pedonali lungo la Strada Statale 195.

3. Obiettivi

I CleanUp Games nascono come iniziativa che intende portare l'attenzione pubblica sul problema dei rifiuti dispersi nell'ambiente e, contemporaneamente, contribuire concretamente alla loro rimozione. Tuttavia, la funzione principale dell'iniziativa non consiste nella raccolta dei rifiuti in sé, bensì nel rendere visibile il problema dell'abbandono dei rifiuti attraverso la combinazione di partecipazione diretta e comunicazione ambientale, trasformando il cleanup in uno strumento capace di mobilitare cittadini, scuole, associazioni e istituzioni e di raggiungere un pubblico molto più ampio dei soli partecipanti.

La consapevolezza alla base del progetto è che anche raccolte di diverse tonnellate di rifiuti rappresentano un intervento significativo sul piano locale ma sostanzialmente simbolico se confrontato con l'estensione reale del fenomeno del *marine litter* e con la quantità complessiva di rifiuti presenti negli ecosistemi marini e costieri. In questo contesto, il cleanup assume principalmente, se non esclusivamente, il ruolo di strumento capace di rendere immediatamente percepibile un problema che spesso viene considerato astratto, lontano o confinato ad altri contesti geografici.

Il format competitivo viene quindi utilizzato come meccanismo per aumentare il coinvolgimento dei partecipanti, incentivare la partecipazione collettiva e amplificare la visibilità pubblica dell'iniziativa. La presenza di categorie, classifiche e premi non ha una finalità puramente ludica, ma rappresenta uno strumento progettato per favorire la mobilitazione di cittadini, scuole, associazioni, università e gruppi organizzati.

Anche la comunicazione costituisce una componente centrale del progetto. Fotografie, video e immagini dei cumuli finali dei rifiuti raccolti non vengono considerati semplici strumenti promozionali, ma parte integrante dell'attività di sensibilizzazione. La diffusione dei contenuti attraverso stampa e canali digitali consente infatti di estendere l'impatto dell'iniziativa anche a persone che non hanno partecipato direttamente al cleanup.

In questa prospettiva, anche la dimensione quantitativa della raccolta assume un valore comunicativo. Di contro, cleanup di piccole dimensioni, svolti in aree relativamente pulite, rischiano di produrre un effetto opposto rispetto a quello desiderato, soprattutto quando la quantità di rifiuti raccolti appare ridotta rispetto al numero di partecipanti coinvolti. In assenza di rappresentazioni artefatte dei risultati ottenuti, iniziative di questo tipo possono contribuire involontariamente a ridurre la percezione pubblica della gravità del fenomeno.

L'obiettivo dei CleanUp Games è quindi quello di costruire un format capace di combinare raccolta dei rifiuti, partecipazione collettiva e capacità comunicativa, rendendo il cleanup in un'esperienza pubblica ad alto impatto visivo, sociale ed educativo.

4. La rete territoriale

La costruzione di una rete territoriale ampia e diversificata rappresenta uno degli elementi centrali dei CleanUp Games. Il

⁸ Mappa del campo di gara, <https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1VWVGaZFUdbSbls29XzOS0ZAfSeAsgKs&usp=sharing>

coinvolgimento di associazioni, scuole, aziende, enti pubblici e attività commerciali non risponde infatti esclusivamente a esigenze organizzative, logistiche o di reperimento delle risorse economiche necessarie alla realizzazione dell'evento, ma costituisce parte integrante del progetto e delle sue finalità comunicative e sociali.

Il coinvolgimento diretto di soggetti differenti consente infatti di estendere la discussione sui temi dell'inquinamento ambientale e del *marine litter* anche a contesti normalmente esterni alle attività di eco-attivismo. La costruzione della rete organizzativa richiede mesi di contatti, incontri, scambi di email, invio di report, immagini e materiali informativi che contribuiscono ad ampliare progressivamente il numero di persone e realtà coinvolte attorno all'iniziativa. In questa prospettiva, anche il contributo apparentemente più semplice, come la donazione di un premio destinato alle squadre partecipanti, rappresenta una forma di partecipazione attiva al progetto più che una semplice sponsorizzazione.

L'edizione 2026 dei CleanUp Games ha visto la partecipazione di 18 tra associazioni, aziende e gruppi organizzati, ai quali si sono aggiunti 3 gruppi scout partecipanti alla "Scout Edition". La partecipazione scolastica ha coinvolto 6 istituti superiori dell'area metropolitana di Cagliari per un totale di 18 classi partecipanti.

La realizzazione dell'evento ha richiesto inoltre il coinvolgimento di diversi enti pubblici e servizi territoriali, in particolare per gli aspetti legati alla mobilità, alla sicurezza, alle autorizzazioni e alla gestione logistica dei rifiuti raccolti. Tra i principali soggetti coinvolti figurano il comune di Cagliari e in particolare l'Assessorato all'ecologia urbana, ambiente e verde pubblico e i servizi comunali competenti per l'igiene urbana e l'ambiente, CTM S.p.A., ERSU Cagliari, l'Autorità di Sistema Portuale del Mare di Sardegna, ANAS, e la Polizia Locale del Comune di Cagliari. Accanto agli enti pubblici, la realizzazione dell'iniziativa ha richiesto anche il coinvolgimento di numerose aziende fornitrici di servizi e materiali necessari allo svolgimento dell'evento, tra cui realtà impegnate nella fornitura di bagni chimici, gazebo, materiali per la raccolta, stampa delle magliette, assistenza sanitaria e altri servizi logistici. Anche attraverso queste collaborazioni il progetto ha coinvolto professionalità e personale che, entrando in contatto con l'organizzazione dell'evento e con le condizioni ambientali della spiaggia, hanno preso parte — seppur indirettamente — al processo di sensibilizzazione e costruzione della rete territoriale legata ai CleanUp Games.

L'iniziativa è stata parzialmente finanziata dalla Fondazione di Sardegna e dall'ERSU Cagliari. Il supporto economico principale è stato fornito da tre main sponsor privati: Despar Sardegna, CFadda Fai da Te e Centro Porte.

Ulteriori contributi sono stati forniti da 17 realtà territoriali tra attività commerciali, aziende, associazioni e operatori culturali che hanno messo a disposizione premi, prodotti e servizi destinati alle squadre vincitrici delle diverse categorie: Boat Sweet Boat di Marta Magnano, Bonu – Cose buone dalla Sardegna, Cantina di Santadi, Caseificio Serra, Ciclofficina Sella del Diavolo, Cineclub Greenwich d'Essai, Keep The Planet, Libreria La Giraffa, Mamo Pizza, No War Factory, Pasta F.lli Cellino, Rainbow City Bar, Recut Parrucchieri, Ristorante Luigi Pomata, SPA UnaHotels T-Hotel Cagliari, Teatro delle Saline Akràdama e Treeonfy.

La costruzione della rete organizzativa ha inoltre coinvolto direttamente un numero molto ampio di figure differenti, tra dirigenti scolastici, docenti, presidenti di associazioni, titolari di aziende, responsabili marketing, social media manager, operatori culturali e referenti istituzionali. Pur non partecipando necessariamente alle attività di raccolta, queste persone hanno preso parte ai processi organizzativi, comunicativi e promozionali legati all'iniziativa, contribuendo alla diffusione dei temi ambientali affrontati dal progetto e condividendo, direttamente o indirettamente, i risultati ottenuti.

In questo senso, la costruzione della rete territoriale rappresenta essa stessa una parte integrante dell'impatto sociale e comunicativo dei CleanUp Games, ampliando significativamente il numero di soggetti coinvolti rispetto ai soli partecipanti presenti sul campo di gara.

5. Analisi della partecipazione

L'edizione 2026 dei CleanUp Games ha coinvolto complessivamente 764 persone. La partecipazione ha interessato categorie differenti per età, provenienza e modalità di coinvolgimento, con una presenza significativa di studenti, associazioni, gruppi organizzati e partecipanti singoli.

La partecipazione all'iniziativa è stata gestita attraverso un sistema di iscrizione online. Per esigenze organizzative e logistiche, le iscrizioni delle scuole superiori sono state chiuse il 28 febbraio 2026, mentre tutte le altre categorie hanno avuto tempo fino al 20 aprile 2026. La chiusura anticipata delle iscrizioni ha consentito di

pianificare i servizi di trasporto dedicati, organizzare la distribuzione delle aree di gara e definire con maggiore precisione il numero di magliette e materiali necessari, riducendo sprechi e sovrapproduzione.

Le registrazioni complessive effettuate attraverso il sistema online sono state 922. La presenza effettiva sul campo di gara è stata pari a 722 partecipanti attivi, ai quali si aggiungono 42 membri dello staff organizzativo. Oltre alle normali defezioni registrate in eventi di grandi dimensioni, la differenza tra iscritti e partecipanti effettivi è stata probabilmente influenzata dalle condizioni meteorologiche previste per la giornata dell'evento, caratterizzata da forte vento e da previsioni di precipitazioni, effettivamente verificatesi al termine delle attività di raccolta.

La componente scolastica ha coinvolto 7 istituti superiori dell'area metropolitana di Cagliari per un totale di 18 classi partecipanti, mentre la rete associativa e organizzativa ha visto la presenza di 18 tra associazioni, aziende e gruppi organizzati, ai quali si sono aggiunti 3 gruppi scout coinvolti nella "Scout Edition".

La distribuzione dei partecipanti tra le diverse categorie è riportata nella Tabella 4.

Categoria	Partecipanti	% sul totale
Scuole superiori	274	35,9%
Universitari/e	36	4,7%
Associazioni, aziende e gruppi organizzati	149	19,5%
Famiglie e piccoli gruppi	125	16,4%
Scout	115	15,0%
Partecipanti singoli	23	3,0%
Staff	42	5,5%
Totale	764	100%

Tabella 4 – Distribuzione dei partecipanti per categoria

I dati raccolti evidenziano una composizione eterogenea della partecipazione, caratterizzata dalla contemporanea presenza di studenti minorenni, studenti universitari, volontari associativi, nuclei familiari e partecipanti adulti non appartenenti a gruppi organizzati.

Un dato di sicuro interesse è quello relativo ai minori in gara, pari al 48,4% dei partecipanti.

6. Risultati ambientali

Nel corso dell'edizione 2026 dei CleanUp Games sono stati raccolti circa 9.300 kg (pari a circa 70 m³) di rifiuti dispersi nell'ambiente costiero della spiaggia di Giorgino e delle aree retrostanti. Come descritto nel Capitolo 2.2, il dato finale è stato ottenuto attraverso una metodologia di stima prudenziale basata sul numero di conferimenti registrati, sull'analisi volumetrica dei cumuli finali e sulle valutazioni effettuate dai servizi competenti per la gestione dei rifiuti urbani.

I materiali raccolti presentavano caratteristiche estremamente eterogenee. Tra i rifiuti numericamente più presenti figuravano bottiglie di vetro, lattine, bidoni in plastica, cassette in polistirolo, materiali riconducibili alla pesca professionale e amatoriale, pneumatici e numerosi rifiuti ingombranti accumulati nelle aree retrostanti la spiaggia. Una parte significativa dei materiali rinvenuti risultava inoltre riconducibile a incidenti stradali o all'abbandono di elementi collegati alla viabilità, tra cui frammenti di automobili, parti di carrozzeria, pali stradali, cartellonistica e delimitatori di carreggiata. Sono stati inoltre raccolti residui provenienti da lavorazioni edilizie, come tubazioni, laterizi, secchi e contenitori di vernici, insieme a numerosi materiali verosimilmente provenienti da abbandoni domestici, tra cui elettrodomestici, suppellettili, componenti d'arredo, vestiario e oggetti di uso quotidiano.

La distribuzione dei rifiuti osservata durante l'evento conferma la presenza simultanea di differenti fenomeni di dispersione e accumulo, legati sia all'abbandono diretto lungo la costa sia al trasporto dei materiali attraverso il mare. La Tabella 5 mostra tale distribuzione, mentre la Tabella 6 riporta l'incidenza delle diverse categorie sulla massa e sul volume complessivo dei rifiuti rimossi.

Tipologia di rifiuto	Quantità	Kg	m ³
Vetro e latta (busta media)	209	1.358	4,2
Plastica (busta grande)	333	832	16,7
Indifferenziato (busta grande)	219	1.095	11,0
Nasse e trappole per polpi	783	470	14,1
Mozziconi (busta piccola)	17	3	0,0
Pneumatici	109	1.853	9,8
Rifiuti ingombranti (pezzi)	865	6.055	14,0
Stima lorda	2.535	11.666	69,8

Tabella 5 – Distribuzione delle categorie di rifiuti raccolti

Il totale qui indicato di 11.666 kg è stata la stima più bassa tra quelle individuate nel nostro metodo ed è stato quindi assunto come valore di riferimento. A questo, come precedentemente indicato, abbiamo sottratto il 20% ottenendo 9.332,8 kg, ulteriormente arrotondati per difetto a 9.300 kg nella cifra riportata.

Categoria	Massa	Volume
Scuole superiori	20,05%	23,91%
Universitari/e	8,08%	6,54%
Associazioni, aziende e gruppi organizzati	31,36%	29,48%
Famiglie e piccoli gruppi	15,93%	15,23%
Scout	17,10%	14,84%
Persone che hanno partecipato singolarmente	7,47%	10,00%
Totale	100,00%	100,00%

Tabella 6 – Incidenza ponderale e volumetrica nelle categorie in gara.

La quantità di rifiuti raccolti viene generalmente espressa in chilogrammi, indicatore utile per fornire una stima sintetica dei materiali rimossi dall'ambiente e frequentemente utilizzato nella comunicazione pubblica e nella reportistica ambientale. Tuttavia, la massa rappresenta soltanto uno dei possibili parametri di valutazione del fenomeno e, se considerato isolatamente, rischia di restituire una rappresentazione parziale dell'impatto reale dei rifiuti dispersi nell'ambiente.

Anche il volume complessivo dei materiali raccolti costituisce un elemento significativo nella valutazione del fenomeno. In molti casi, il numero di metri cubi occupati dai rifiuti restituisce in maniera più efficace la percezione della diffusione dei materiali rispetto alla massa.

Per questo motivo, oltre al dato ponderale, il presente report riporta anche una valutazione volumetrica dei materiali raccolti e un resoconto quantitativo relativo ad alcune tipologie specifiche di rifiuti, in particolare pneumatici e nasse. Questi materiali permettono infatti di osservare aspetti differenti del fenomeno. La presenza diffusa di pneumatici e rifiuti ingombranti lungo la costa restituisce la percezione dell'incuria e degli abbandoni che interessano l'area, mentre il recupero di nasse, lenze e attrezzature da pesca abbandonate evidenzia un fenomeno meno visibile ma particolarmente critico dal punto di vista ambientale. Le cosiddette "reti fantasma" e le attrezzature da pesca disperse continuano infatti a intrappolare organismi marini anche dopo

essere state abbandonate, producendo quello che viene definito "ghost fishing"⁹.

Il punto centrale è che materiali differenti possono produrre effetti molto diversi dal punto di vista ambientale, visivo e percettivo. Rifiuti leggeri ma molto diffusi e voluminosi, come bottiglie in plastica, contenitori monouso o cassette in polistirolo, possono avere un impatto ambientale e sul paesaggio costiero molto elevato pur incidendo relativamente poco sulla massa complessiva raccolta. Al contrario, alcuni materiali molto pesanti possono influire significativamente sul dato finale espresso in chilogrammi pur rappresentando una presenza quantitativamente limitata all'interno dell'area interessata dal cleanup.

Allo stesso tempo, esistono rifiuti che, pur avendo massa e volume ridotti, possono rappresentare criticità ambientali particolarmente rilevanti: una singola bottiglia contenente olio esausto o una batteria abbandonata possono rappresentare un rischio ambientale significativamente maggiore rispetto, ad esempio, al telaio metallico di un ciclomotore¹⁰.

Per queste ragioni, la quantificazione del cleanup attraverso il solo dato ponderale non restituisce completamente la complessità del fenomeno osservato durante le attività di raccolta e deve essere interpretata insieme ad altri elementi qualitativi relativi alla tipologia, alla diffusione, alla pericolosità e al volume dei materiali raccolti. Inoltre, come già discusso nel Capitolo 2.2, una misurazione estremamente dettagliata di ogni singolo conferimento rischia di sottrarre tempo, personale ed energie alle attività di raccolta vera e propria, trasformando la pesatura in un'attività principalmente funzionale alla sola produzione del dato.

In questo contesto, la rappresentazione visiva del cleanup tende ad assumere un ruolo più significativo nella comunicazione ambientale dell'iniziativa. I dati che riportano dieci tonnellate di rifiuti o settanta metri cubi di materiali recuperati possono risultare difficili da visualizzare concretamente, mentre l'immagine

⁹ Secondo il rapporto WWF dedicato all'inquinamento da plastica nel Mediterraneo, l'inquinamento plastico e il fenomeno del ghost fishing provocano lesioni o mortalità in numerose specie marine. Gli impatti documentati riguardano in particolare gli uccelli marini (35%), seguiti da pesci (27%), invertebrati (20%), mammiferi marini (13%) e rettili (5%). WWF Report 2019, <https://www.wwf.nl/globalassets/pdf/wwf-mmi-report-2019-stop-the-flood-of-plastic.pdf>

¹⁰ Tutti gli esempi qui riportati si riferiscono a rifiuti effettivamente raccolti durante l'edizione 2026 dei CleanUp Games.

di una catasta di rifiuti “grande quanto un nuraghe” o un video lungo oltre un minuto¹¹ che percorre il cumulo finale dei materiali raccolti restituiscono in maniera immediata la dimensione reale del fenomeno e l’impatto dell’accumulo dei rifiuti nell’ambiente costiero.

Se l’obiettivo dell’iniziativa, come già accennato nei capitoli precedenti, non è quello di produrre dati utili alla ricerca scientifica o alla reportistica ambientale aziendale legata agli indicatori ESG, ma soprattutto quello di aumentare la consapevolezza pubblica rispetto al problema dei rifiuti dispersi nell’ambiente, allora queste immagini assumono un valore comunicativo persino superiore rispetto al solo dato ponderale o volumetrico. Le immagini parlano infatti direttamente a chi il problema non lo conosce o lo percepisce come distante, utilizzando un linguaggio immediato, emotivo e comprensibile anche al di fuori dei contesti tecnici o specialistici.

7. Impatto comunicativo e mediatico

La comunicazione ha rappresentato uno degli elementi centrali dei CleanUp Games 2026 e una componente integrante della strategia di sensibilizzazione ambientale dell’iniziativa. Come già discusso nei capitoli precedenti, l’obiettivo del progetto non consiste esclusivamente nella rimozione materiale dei rifiuti dall’ambiente costiero, ma anche nella costruzione di una narrazione pubblica capace di rendere visibile il fenomeno del marine litter e ampliare la consapevolezza collettiva rispetto al problema.

Per questo motivo, la produzione di contenuti fotografici, audiovisivi e giornalistici non è considerata un’attività accessoria o promozionale, ma parte integrante dell’intervento ambientale stesso. La documentazione visiva dei rifiuti raccolti, della partecipazione collettiva e delle dimensioni del cumulo finale ha consentito di estendere l’impatto dell’iniziativa anche a persone che non hanno partecipato direttamente al cleanup.

La strategia comunicativa si è sviluppata principalmente attraverso i canali social di Rebelterra, in particolare Instagram e Facebook, utilizzati sia nella fase precedente all’evento per promuovere iscrizioni, premi e aggiornamenti organizzativi, sia nella fase successiva per diffondere immagini, video e risultati finali della raccolta.

Nel complesso, la comunicazione social della terza edizione dei CleanUp Games ha generato¹²:

Indicatore	Instagram	Facebook	Totale
Post e reel pubblicati	42	37	79
Storie pubblicate	> 150	> 100	> 250
Visualizzazioni complessive	464.000	265.000	729.000
Interazioni con i contenuti	16.000	12.000	28.000
Account che hanno interagito	7.700	5.200	12.900
Nuovi follower	1,485	1.197	-

Tabella 7 – Dati della comunicazione social

Particolarmente significativo è risultato il video pubblicato la sera stessa l’evento, 90 secondi dedicati al cumulo dei rifiuti raccolti, diventato virale tra Instagram e Facebook.

Indicatore	Instagram	Facebook	Totale
Visualizzazioni complessive	235.000	172.000	407.000
AVD	25 s	17 sec	-
Like/Reazioni	8.044	7.092	15.136
Commenti	966	671	1.637
Condivisioni/repost	454	593	1.047
Nuovi follower	523	373	796

Tabella 8 – Dati del contenuto audiovisivo con maggiore diffusione, raggiungibile all’indirizzo: <https://www.instagram.com/p/DYIOqhhsEEp/>

Sono stati poi prodotti altri video di racconto dell’iniziativa:

- video verticale per i social della durata di circa 1 minuto e 15 secondi. Disponibile su Insstagram all’indirizzo: <https://www.instagram.com/p/DYWfLA-yy5L/>
- video 16:9 [7] della durata di circa 3 minuti e 30 secondi, che include anche alcune interviste ai partecipanti. Disponibile su YouTube all’indirizzo: <https://youtu.be/RekvGTYXZSE>

Particolarmente significativo è stato anche il coinvolgimento generato dal premio “Rifiuto Strambo”, iniziativa parallela che prevedeva la pubblicazione sui social delle dieci fotografie dei rifiuti più insoliti o improbabili rinvenuti durante il cleanup e la successiva votazione pubblica da parte degli utenti. La votazione ha raggiunto complessivamente 555 voti validi; il contenuto più votato, proposto da una famiglia partecipante, ha ottenuto 157 preferenze. Anche questa attività ha contribuito ad aumentare l’interazione del pubblico con i contenuti dell’iniziativa e a

¹¹ Contenuto audiovisivo con maggiore diffusione, relativo ai CleanUp Games 2026 <https://www.instagram.com/p/DYIOqhhsEEp/>

¹² Dal 23 febbraio 2026, data di apertura pubblica delle iscrizioni, invio del comunicato stampa e pubblicazione del primo post, fino al 31 maggio 2026.

rafforzare la dimensione partecipativa e narrativa della comunicazione ambientale dei CleanUp Games.

Accanto alla comunicazione digitale, l'iniziativa ha ottenuto copertura attraverso i media tradizionali, coinvolgendo sia testate cartacee sia giornali online e trasmissioni radiofoniche e televisive¹³.

Le uscite mediatiche sono state:

- servizio dedicato nel programma “Geo” su Rai 3 con collegamento in diretta da Giorgino;
- un servizio dedicato all'interno del TGR Rai Sardegna;
- due ospitate radiofoniche;
- due uscite sull'edizione cartacea de L'Unione Sarda;
- oltre 15 articoli pubblicati su testate giornalistiche online.

La copertura mediatica ottenuta ha consentito di ampliare significativamente la platea raggiunta dall'iniziativa, portando il tema dell'inquinamento costiero e del *marine litter* all'interno di contesti comunicativi molto differenti tra loro: social network, televisione, radio, stampa locale e stampa online.

In questo senso, la dimensione comunicativa dei CleanUp Games non può essere considerata separata dall'intervento ambientale stesso. La raccolta dei rifiuti costituisce infatti una parte dell'impatto generato dall'iniziativa, mentre la diffusione pubblica delle immagini, dei dati e dei contenuti prodotti durante l'evento contribuisce ad amplificare la percezione sociale del fenomeno e a raggiungere un numero di persone enormemente superiore rispetto ai soli partecipanti presenti sul campo di gara.

8. Criticità e limiti dell'iniziativa

L'organizzazione dei CleanUp Games presenta numerose criticità logistiche, operative e metodologiche direttamente legate alle caratteristiche dell'area scelta per lo svolgimento dell'iniziativa. Tuttavia, alcune delle difficoltà incontrate rappresentano allo stesso tempo gli elementi che rendono l'intervento a Giorgino particolarmente significativo dal punto di vista ambientale e comunicativo. La spiaggia presenta infatti problemi di accessibilità, assenza quasi totale di parcheggi e mancanza di collegamenti efficienti tramite trasporto pubblico urbano. Queste condizioni rendono complessa l'organizzazione di eventi che coinvolgono centinaia di persone, ma costituiscono anche alcune

delle ragioni per cui l'area risulta meno frequentata a fini balneari e meno interessata da attività ordinarie di manutenzione e pulizia. Si tratta quindi di limiti logistici in larga parte inevitabili e strettamente connessi alle motivazioni che hanno portato alla scelta della *location*.

Per garantire la partecipazione all'iniziativa è necessario predisporre un sistema di trasporto dedicato attraverso autobus organizzati appositamente per studenti, docenti e partecipanti singoli. Questo aspetto rende la crescita dell'evento fortemente dipendente dalla disponibilità dei mezzi pubblici, dai costi del trasporto e dalla capacità organizzativa necessaria per coordinare gli spostamenti di centinaia di persone in finestre temporali molto ristrette.

Anche il coinvolgimento delle scuole richiede una pianificazione particolarmente anticipata. Per consentire agli istituti di inserire l'iniziativa all'interno dei percorsi di educazione civica e della programmazione scolastica annuale, è spesso necessario avviare i contatti già nelle prime settimane dell'anno scolastico. Questo comporta la necessità di definire con molti mesi di anticipo la struttura dell'evento, la data di svolgimento e gran parte degli aspetti logistici e organizzativi.

Un ulteriore elemento critico è rappresentato dalle condizioni meteorologiche. Una volta completata la pianificazione dell'evento, risulta estremamente difficile modificare la data del cleanup anche in presenza di previsioni di vento forte o pioggia. Le scuole hanno infatti già organizzato le attività, raccolto autorizzazioni familiari e pianificato gli spostamenti, mentre autobus, gazebo, bagni chimici e altri servizi risultano prenotati con largo anticipo. In presenza di condizioni di allerta meteo, non essendo possibile posticiparlo, l'evento dovrebbe necessariamente essere annullato; negli altri casi, invece, l'iniziativa viene comunque svolta anche in presenza di vento o precipitazioni, con conseguenze spesso significative sul numero effettivo dei partecipanti.

Anche la gestione dei rifiuti raccolti costituisce un elemento di particolare complessità. La presenza di più punti di raccolta distribuiti lungo il campo di gara è indispensabile per consentire la pulizia di un tratto di costa esteso, ma comporta successivamente la necessità di trasferire tutti i materiali verso un unico punto di accumulo finale, individuato in accordo con i servizi competenti per il successivo recupero e smaltimento. Questa scelta consente sia di facilitare le operazioni di raccolta da parte dei servizi pubblici

¹³ Rassegna stampa Rebelterra, <https://www.rebelterra.it/stampa>

sia di costruire un'unica grande catasta di rifiuti, elemento centrale della comunicazione visiva dell'iniziativa; tuttavia comporta un significativo aumento delle difficoltà operative, dei tempi di gestione e dei costi logistici.

La crescita dell'iniziativa comporta inoltre un incremento quasi proporzionale delle spese organizzative. L'aumento del numero dei partecipanti richiede infatti maggiori quantità di materiali — tra cui magliette, guanti e buste — ma anche un numero superiore di gazebo, personale organizzativo, mezzi di trasporto e servizi logistici e sanitari. In questo senso, la crescita dimensionale dell'evento non determina particolari economie di scala e richiede un incremento costante delle risorse economiche e organizzative necessarie.

Un'ulteriore criticità riguarda il sistema di punteggio, che tende a favorire le squadre più numerose. Questo rappresenta anche uno degli aspetti positivi del format, poiché incentiva associazioni, famiglie e gruppi organizzati a coinvolgere più persone possibile aumentando così la partecipazione complessiva all'iniziativa.

Tuttavia, in alcune categorie il numero dei partecipanti non dipende esclusivamente dalla capacità organizzativa del gruppo.

Nel caso delle classi scolastiche, ad esempio, una classe composta da 10 studenti risulta inevitabilmente svantaggiata rispetto a una di 25 partecipanti, indipendentemente dall'impegno dei singoli studenti. Inoltre, classi più numerose possono spesso contare anche su un numero maggiore di docenti accompagnatori. Per ridurre questo squilibrio, nelle prossime edizioni si prevede di introdurre un sistema di ponderazione dei risultati basato sul numero dei partecipanti effettivi di ciascun gruppo. Il metodo, già sperimentato nell'edizione 2026 per la categoria scout, prevede che il risultato finale venga calcolato rapportando il punteggio ottenuto al numero dei partecipanti della squadra.

Un'ulteriore criticità riguarda la possibilità di effettuare una catalogazione dettagliata e scientificamente strutturata dei rifiuti raccolti. Il format competitivo dell'iniziativa e le condizioni della spiaggia determinano la rapidità con cui i materiali vengono conferiti ai punti di raccolta e non consentono una classificazione minuziosa di ogni singolo rifiuto.

Nel corso dell'edizione 2026 è stato possibile distinguere principalmente tra vetro e lattine, plastica, indifferenziato, pneumatici, nasse, mozziconi e rifiuti ingombranti, ma non è stato possibile effettuare una suddivisione sistematica più approfondita relativa, ad esempio, alla provenienza dei materiali o alle specifiche

categorie di utilizzo. Non è quindi stato possibile distinguere in maniera rigorosa tra rifiuti trasportati dal mare, abbandoni avvenuti direttamente sulla spiaggia, materiali riconducibili ad attività di pesca, residui di lavorazioni edilizie, rifiuti domestici o materiali derivanti da incidenti stradali.

Questa limitazione riduce le possibilità di utilizzare i dati raccolti per analisi scientifiche particolarmente dettagliate, ma rappresenta una conseguenza diretta della scelta di privilegiare la partecipazione, la capacità operativa di raccolta e la dimensione pubblica e comunicativa dell'iniziativa rispetto a procedure di catalogazione più lente e rigorose.

Accanto alle criticità operative, esistono infine alcuni limiti più generali legati al significato stesso delle attività di cleanup. Uno dei principali rischi è che iniziative di questo tipo vengano percepite come una soluzione sufficiente al problema dell'inquinamento marino, piuttosto che come strumenti di sensibilizzazione e coinvolgimento pubblico. Allo stesso tempo, il rischio è che il fenomeno venga interpretato esclusivamente come conseguenza della scarsa manutenzione delle aree costiere o dell'assenza di interventi pubblici di pulizia, senza riconoscere il ruolo centrale degli abbandoni di rifiuti, dell'incuria diffusa e più in generale dell'impatto delle attività umane sugli ecosistemi marini e costieri.

In questa prospettiva, i CleanUp Games non intendono sostituirsi alle politiche di prevenzione, gestione dei rifiuti o tutela ambientale, ma utilizzare il cleanup come strumento capace di rendere visibile un fenomeno spesso sottovalutato e di ampliare la consapevolezza pubblica rispetto alle condizioni del mare e del territorio.

9. Prospettive future

Le prospettive future dei CleanUp Games riguardano sia la crescita dell'iniziativa sul territorio cagliaritano sia la progressiva esportazione del format in altri comuni della Sardegna e, potenzialmente, in altri contesti regionali italiani.

L'obiettivo non consiste tuttavia nella costruzione del cleanup più grande possibile dal punto di vista numerico, ma nello sviluppo di un format sempre più capace di produrre consapevolezza ambientale, partecipazione pubblica e attenzione mediatica rispetto al problema dei rifiuti dispersi nell'ambiente. In questa prospettiva, l'aumento del numero dei partecipanti rappresenta uno strumento e non il fine ultimo dell'iniziativa.

Una delle principali direzioni di sviluppo riguarda il rafforzamento della componente educativa e divulgativa del progetto attraverso il consolidamento dei “RebelterraLab”, incontri didattici della durata di una o due ore svolti nelle scuole nei mesi precedenti all’evento. Questi momenti formativi hanno l’obiettivo di discutere con studenti e studentesse il significato del cleanup, il problema dell’inquinamento marino, gli effetti della plastica sugli ecosistemi e il ruolo della comunicazione ambientale.

Nelle future edizioni si prevede inoltre di ampliare ulteriormente il coinvolgimento scolastico includendo in maniera strutturata anche le scuole secondarie di primo grado. Questo ampliamento renderebbe probabilmente insufficiente l’attuale organizzazione concentrata nella sola giornata del sabato, rendendo necessaria una suddivisione dell’evento su due giornate distinte.

Ulteriori prospettive di sviluppo riguardano il miglioramento metodologico delle attività di raccolta, monitoraggio e analisi dei materiali rinvenuti durante i cleanup, così come il consolidamento della rete territoriale costruita attorno all’iniziativa. In particolare, una delle prospettive future riguarda un maggiore coinvolgimento degli attori istituzionali non soltanto negli aspetti autorizzativi e logistici, ma anche nel sostegno economico e nella programmazione di lungo periodo dell’evento.

10. Ringraziamenti

Insieme ai main sponsor e alle realtà, elencate nel Capitolo 4 “La rete territoriale”, che hanno contribuito donando beni e servizi, Rebelterra desidera ringraziare Luisa Giua Marassi, Assessora all’Ecologia urbana, ambiente e verde pubblico del Comune di Cagliari; Marco Benucci, Presidente del Consiglio Comunale di Cagliari; Fabrizio Rodin, Presidente di CTM S.p.A.; e tutti gli enti, le istituzioni e i soggetti che hanno collaborato alla realizzazione dell’evento.

Un ringraziamento particolare va inoltre a tutte le persone dello staff organizzativo che, nei mesi precedenti e durante la giornata dell’evento, hanno contribuito alla gestione logistica, alla comunicazione, ai trasporti, alla sicurezza, ai rapporti con scuole e partecipanti e alle attività operative necessarie allo svolgimento dei CleanUp Games.

Infine, Rebelterra ringrazia tutte le volontarie e i volontari che hanno scelto di dedicare tempo ed energie alla pulizia della

spiaggia di Giorgino e alla costruzione collettiva di un’iniziativa che, attraverso il cleanup, prova a riportare l’attenzione pubblica sulle condizioni del mare e del territorio.

Allegato 1: Schede punteggi

Scheda 1: Persone che hanno partecipato singolarmente (compresi studenti e studentesse universitarie)

Scheda 2: Famiglie e piccoli gruppi

Scheda 3: Associazioni e classi delle scuole superiori

ISCRIZIONE N.

NOME

TEL

CATEGORIA	Punti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	TOT
BUSTA VETRO	1																										
BUSTA PLASTICA	1																										
BUSTA INDIFF.	1																										
PNEUMATICO	2																										
NASSE	½																										
INGOMBRANTI	1																										
BUSTINA CICCHE	4																										

Età

TOTALE

Note

NUMERO

NOME

TEL

CATEGORIA	Punti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	TOT
BUSTA VETRO	1																										
BUSTA PLASTICA	1																										
BUSTA INDIFF.	1																										
PNEUMATICO	2																										
NASSE	½																										
INGOMBRANTI	1																										
BUSTINA CICCHE	4																										

Età

TOTALE

Note

ISCRIZIONE N.

NOME

TEL

Partecipanti

Minori

Email

CATEGORIA	Punti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	TOT
BUSTA VETRO	1																										
BUSTA PLASTICA	1																										
BUSTA INDIFF.	1																										
PNEUMATICO	2																										
NASSE	½																										
INGOMBRANTI	1																										
BUSTINA CICCHE	4																										

ETÀ: più giovane

più anziano

TOTALE

Note

NUMERO

NOME

TEL

Partecipanti

Minori

Email

CATEGORIA	Punti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	TOT
BUSTA VETRO	1																										
BUSTA PLASTICA	1																										
BUSTA INDIFF.	1																										
PNEUMATICO	2																										
NASSE	½																										
INGOMBRANTI	1																										
BUSTINA CICCHE	4																										

ETÀ: più giovane

più anziano

TOTALE

Note

ISCRIZIONE N.

NOME

TEL

PARTECIPANTI

SCUOLA E CLASSE / ASSOCIAZIONE

CATEGORIA	Punti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	TOT
BUSTA VETRO	1																										
BUSTA PLASTICA	1																										
BUSTA INDIFF.	1																										
PNEUMATICO	2																										
NASSE	½																										
INGOMBRANTI	1																										
BUSTINA CICCHE	4																										

ETÀ: più giovane

più anziano

TOTALE

Note